

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Псковской области  
**«Великолукский политехнический колледж»**

---

**РАССМОТРЕНО**

на заседании  
предметно-цикловой комиссии  
Протокол от 28.06.2023 г. №10

**СОГЛАСОВАНО**

с зам. директора по УПР  
\_\_\_\_\_/В.А. Стулова  
«28» июня 2023 г.

**УТВЕРЖДЕНО**

Приказом директора ГБПОУ ВПК  
«28» августа 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебной дисциплины/профессионального модуля

**ПМ. 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой  
деятельности**

(индекс, наименование дисциплины/модуля)

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

**38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

(код, наименование специальности/профессии)

Форма обучения - очная

Великие Луки  
2023

Рабочая программа профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** квалификация **менеджер по продажам**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 832 от 28 июля 2014 года, зарегистрированного Министерством юстиции (рег. № 33638 от 19 августа 2014 года).

**Организация-разработчик:**

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Псковской области «Великолукский политехнический колледж»

**Разработчик:**

Давыдова Дарья Сергеевна, мастер производственного обучения ГБПОУ ВПК

## СОДЕРЖАНИЕ

стр.

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>9</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>28</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>31</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

*(название программы профессионального модуля)*

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа), составленная в соответствии с ФГОС – является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1 – использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации;

ПК 2.2 – оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем;

ПК 2.3 – применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов;

ПК 2.4 – определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату;

ПК 2.5 – выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров;

ПК 2.6 – обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации;

ПК 2.7 – участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений;

ПК 2.8 – реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации;

ПК 2.9 – применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты;

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании по основам выполнения торговых операций на базе основного общего образования.

### 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

**иметь практический опыт:**

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

**уметь:**

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

**знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организации оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров; маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

### **1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 406 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 406 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 200 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 134 часов;

учебной практики – 72 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: «**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**», в том числе профессиональными (ПК), указанными в ФГОС по специальности 38.02.04 «Коммерция» (по отраслям)

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов
ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации
ПК 2.9	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты

ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5*	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(макс. учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>(если предусмотрена рассредоточенная практика)</i>
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1 – 2.3	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	138	60	20	-	30	-	36	12
ПК 2.1 – 2.4, 2.9	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия	108	60	20	-	30	-	12	6
ПК 2.1, 2.3, 2.5 – 2.8	Раздел 3. Маркетинг	120	60	20	-	30	-	12	18
ПК 2.1 – 2.9	Учебная практика, часов								
ПК 2.1 – 2.9	Производственная практика (по профилю специальности), часов								36
	<b>Всего:</b>	<b>366</b>	<b>180</b>	<b>60</b>	<b>-</b>	<b>90</b>	<b>-</b>	<b>60</b>	<b>36</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности		192		
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		96		
Ведение	Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля	2		
Тема 1.1. Финансы и денежное обращение	<b>Содержание</b>	10		
	<b>1</b>	Сущность, функции и роль финансов в экономике Назначение и функции финансов в процессе общественного производства.		1
	<b>2</b>	Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений		1
	<b>3</b>	Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера		2
	<b>4</b>	Сущность и функции финансов, их роль в экономике предприятия. Управление финансами, финансовая система РФ		2
	<b>5</b>	Финансовая политика государства в современных условиях: бюджетная политика, налоговая политика, страховая политика, валютная политика, политика в сфере государственного долга		2
	<b>6</b>	Бюджет и бюджетная система РФ: социально-экономическая сущность бюджета, федеральный бюджет, бюджет субъекта РФ, местный бюджет		2
	<b>7</b>	Доходы и расходы бюджета, бюджетный процесс, контроль за исполнением бюджетов.		
	<b>Практические занятия</b>		8	3
	<b>1</b>	Составление отчета о прибылях и убытках юридических лиц		
<b>2</b>	Изучение и оформление платежных документов предприятий			
Тема 1.2. Налоги и	<b>Содержание</b>	28		

налогообложение	1	Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ		2
	2	Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов		2
	3	Федеральные, региональные и местные налоги		2
	4	Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы		2
	5	Налоговый контроль, права и обязанности налогоплательщиков, налоговые преступления		2
	6	Налоговые санкции за нарушение законодательства о налогах и сборах		2
	7	Методика расчета налога на доходы физических лиц.		2
	8	Налоговые вычеты. Налоговая декларация		
	9	Методика расчета налога на прибыль		2
	10	Методика расчета налога на добавленную стоимость		2
	11	Методика расчета налога на имущество организаций		2
	12	Методика расчета транспортного налога		2
	13	Акцизы: подакцизные товары, налоговая база, налоговый период, налоговые ставки		2
	14	Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход		2
	15	Отчисления во внебюджетные фонды		2
	<b>Практические занятия</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	
1	Изучение нормативно-правовых документов			
2	Расчет налога на доходы физических лиц			
3	Расчет транспортного налога. Расчет страховых взносов			
4	Расчет налога на добавленную стоимость			
5	Расчет налога на имущество. Расчет налога на прибыль организаций			
<b>МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>			<b>96</b>	
<b>Введение в экономический анализ</b>	Роль и место экономического анализа в хозяйственной деятельности коммерческой организации. Связь анализа с другими дисциплинами.	2		
Тема 1.3. Методологические	<b>Содержание</b>	<b>8</b>		

основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	1	Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Предмет и объекты исследования в анализе		1
	2	Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления, содержания процесса управления, характера объектов управления, субъектов, периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов, изучения объектов и др.		2
	3	Метод экономического анализа, характеристика его основных этапов. Резервы развития организации, их классификация и поиск в рамках экономического анализа		
	4	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов		2
	5	Сущность факторного анализа. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности организации		2
	<b>Практические занятия</b>		6	3
		Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа		
Тема 1.4. Информационное обеспечение, организация аналитической работы	<b>Содержание</b>		<b>4</b>	
	1	Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа	4	2
		Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид		2
	2	Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль над выполнением предложений по результатам анализа		2
2				
Тема 1.5. Анализ деятельности	<b>Содержание</b>		<b>26</b>	

организаций (предприятий), финансовых результатов деятельности	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа показателей деятельности предприятия. Анализ выполнения плана, динамики показателей реализации товаров, ритмичности и качества работы. Резервы увеличения показателей		3
	2	Методика проведения анализа трудовых показателей: использование рабочего времени, уровня производительности труда и др. Факторный анализ влияния трудовых показателей на конечный результат деятельности организации		3
	3	Методика и последовательность проведения анализа издержек. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек		3
	4	Методика и последовательность проведения анализа валового дохода. Факторный анализ валового дохода, резервы роста показателя		
	5	Значение и задачи анализа финансовых результатов. Методика расчета показателей прибыли. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли организации. Факторный анализ прибыли		3
	6	Анализ динамики рентабельности деятельности организации. Система показателей рентабельности и их взаимосвязь. Факторный анализ рентабельности деятельности предприятия		
	7	Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния		3
	8	Анализ бухгалтерского баланса организации: значение, задачи, расчет структуры актива и пассива баланса		
	9	Анализ имущественного состояния предприятия и источников формирования имущества организации. Резервы лучшего использования имущества организации		
	10	Анализ и оценка платежеспособности предприятия. Анализ и оценка финансовой устойчивости организации		3
	11	Система коэффициентов финансовой устойчивости организации. Методика анализа финансовых коэффициентов. Анализ деловой активности организации. Резервы улучшения финансового состояния организации		
<b>Практические занятия</b>			14	2,3

		Выполнение анализа динамики основных показателей (изменений структуры ассортимента, качества работы и др.)		
		Выполнение анализа издержек конкретной коммерческой организации		
		Выполнение анализа валового дохода		
		Выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий		
		Выполнить расчет показателей структуры имущества и источников формирования имущества организации		
		Выполнить расчет показателей ликвидности и платежеспособности		
		Выполнение расчетов показателей финансовой устойчивости организации и сравнение с оптимальным значением этих показателей		
		Выполнение расчетов показателей деловой активности организации		
<b>Самостоятельная работа обучающегося при изучении раздела 1 (по МДК.02.01. – 36 часа, по МДК .02.02. – 36 часов):</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Работа с конспектами лекций.</li> <li>2. Работа с нормативными документами, учебной и специальной литературой.</li> <li>3. Выполнение индивидуальных заданий по оформлению документов, расчету налогов.</li> <li>4. Подготовка сообщений.</li> <li>5. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</li> <li>6. Выполнение расчётной работы. Использование методов экономического факторного анализа на практике: метод цепных подстановок.</li> <li>7. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о финансовых результатах, бухгалтерского баланса предприятия и др.).</li> <li>8. Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства.</li> <li>9. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов</li> </ol>			<b>72</b>	3
<b>Раздел 2. Организация и проведение маркетинговой деятельности</b>				
<b>МДК 02.03. Маркетинг</b>			<b>142</b>	
Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга	<b>Содержание</b>		<b>20</b>	
	1	Предмет, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинговая терминология		2

2	История и основные этапы развития маркетинга. Социальные основы маркетинга – удовлетворение людских потребностей.		2
3	Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях.		
4	Маркетинг как одна из концепций, её сущность. Понятие социально-этического и мимотического маркетинга		
5	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий		
6	Контроль и регулирование спроса в коммерческих организациях		
7	Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей		2
8	Модель покупательского поведения, характеристика факторов, формирующих покупательское поведение		
9	Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность		
10	Конъюнктура товарного рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка.		
11	Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу		
12	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы		
13	Сущность макросреды, неконтролируемые факторы. Характеристика компонентов макросреды		
<b>Практические занятия – 12 час.</b>			
14	Установление основных видов потребностей покупателей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций.		
15	Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере		2
16	Моделирование покупательского поведения клиентов		
17	Решение ситуационных задач по анализу микросреды конкретного предприятия		
18	Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере		

	19	Практическое применение принципов маркетинга		
	20	Использование методов маркетинга в практической деятельности фирмы		
Тема 2.2. Маркетинговая деятельность фирмы	<b>Содержание</b>		<b>20</b>	
	1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации.		2
	2	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований.		
	3	Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов		
	4	Анализ маркетинговых возможностей фирмы. Использование формализованных приемов		
	5	Обзор основных приемов выбора маркетинговой возможности фирмы		2
	6	Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков.		
	7	Позиционирование товара на рынке - выбор и реализация стратегии.		
	8	Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов.		2
	9	Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов		
	10	Товарная политика фирмы. Сущность понятия товар. Классификация товаров		
	11	Принятие решения относительно товарного ассортимента, использования товарных марок, упаковки, маркировки и жизненного цикла товара (ЖЦТ)		2
	12	Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге		
	13	Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен		2
	14	Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - их цели и задачи		2
15	Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта			
16	Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников.			

17	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС).		
18	Характеристика компонентов ФОСТИС		
19	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики		
20	Стратегия и планирование маркетинга. Этапы стратегического планирования		
21	Характеристика различных стратегий роста фирмы		
22	Основные пути развития компании в соответствии с анализом ситуации на рынке		
23	Годовой план маркетинга, содержание его разделов		
24	Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании маркетинговых коммуникаций		
25	Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы		
26	Бюджет рекламы. Организация рекламной компании		
27	Связи с общественностью: общий обзор		
28	Разработка плана по формированию положительного общественного мнения о компании		
29	Система контроля в маркетинге: общий обзор		
30	Характеристика видов маркетингового контроля		
	<b>Практические занятия – 28 час.</b>		
31	Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач		
32	Составление опросного листа		
33	Проведение опроса и обработка его результатов		
34	Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач		
35	Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа.		
36	Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа		
37	Осуществление оценки сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной компании. Позиционирование товара на рынке		
38	Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации в коммерческой фирме		
39	Решение ситуационных задач по ЖЦТ разных групп (категорий)		
40	Проведение анализа ценовой политики организации		
			2,3

	41	Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики компании		
	42	Построение каналов сбыта для конкретной коммерческой компании		
	43	Выбор средства стимулирования сбыта – для конкретного товара или услуги		
	44	Организация рекламной компании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности		
<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 – 62 часа</b>  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).  Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.  Подготовка к тестированию по тематике МДК</p> <p><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>  Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Установление цен по географическому признаку на примере России»; «Международное рекламное законодательство».  Домашние задания: «Информация к размышлению: Nike (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранной студентом товар, услугу, вид деятельности»; «Анализ статьи: IBM – реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод».</p>			62	3
<b>ВСЕГО:</b>			<b>334</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Учебная практика</b></p> <p><b>Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов</b>  Ознакомление с финансовыми документами и отчетами.  Составление перечня финансовых документов.  Участие в составлении и оформлении финансовых документов.  Составление приходных, расходных документов к товарному отчету.  Оформление товарного отчета.  Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров.  Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей.  Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров.  Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров.  Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.</p>			10	

<p><b>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями</b>  Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов.  Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот.  Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр.  Овладение навыками проверки подлинности банкнот.  Подсчет денежной выручки за день.</p>	8	
<p><b>Тема 3. Расчет основных налогов Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией – базой практики.</b>  Расчет основных налогов (примеры расчета).</p>	8	
<p><b>Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации</b>  Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД).  Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации.  Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. текущего года.  Оформление результатов анализа.</p>	10	
<p><b>Тема 5. Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга</b>  Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии.  Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров).  Анализ факторов, влияющих на спрос.  Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p>	8	
<p><b>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</b>  Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения.  Участие в реализации сбытовой политики организации.  Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары.  Реализация стратегий ценообразования в организации.  Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала.  Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p>	8	
<p><b>Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года.</b>  Составление проекта рекламных акций.  Участие в проведении рекламных акций и компаний.</p>	10	

<p>Участие в организации рекламы в местах продаж.  Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации.  Участие в выставках -продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения).  Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p> <p><b>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации</b>  Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга).  Анализ социально -экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок).  Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту).  Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов).  Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	<b>10</b>	
<b>Итого</b>	<b>72</b>	
<b>Всего</b>	<b>406</b>	

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета маркетинга, АФХД, финансов и налогообложения.

#### **Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий.

#### **Технические средства обучения:**

компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа- проектор.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику (по профилю специальности).

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

*Пансков, В. Г.* Налоги и налогообложение : учебник для среднего профессионального образования / В. Г. Пансков. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15590-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511559>

Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Е. А. Кировой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 438 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11991-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511592>

*Шадрина, Г. В.* Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16888-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531980>

*Кулагина, Н. А.* Практический курс анализа хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16971-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532130>

Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531183>.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
2. [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru) – официальный сайт Министерства финансов РФ
3. [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru) – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ
4. [www.marketcenter.ru](http://www.marketcenter.ru) – Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров
5. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы
6. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) – Сайт электронного журнала по маркетингу
7. [www.admarket.ru](http://www.admarket.ru) – Сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе
8. [www.marketer.ru](http://www.marketer.ru) – Сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга

#### **Отечественные журналы:**

- «Бюджет»
- «Вопросы экономики»
- «Маркетинг»
- «Маркетинг в России и за рубежом»
- «Российская торговля»
- «Современная торговля»
- «Справочник экономиста»
- «Экономика и учет труда»
- «Экономико-правовой бюллетень»
- «Экономический анализ: теория и практика»
- «Экономическое обозрение»

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Занятия при изучении данного модуля проводятся в учебных кабинетах. Производственная практика проводится концентрированно, в соответствии с программой модуля на торговых предприятиях. В процессе проведения практики преподавателем оказывается консультационная помощь студентам.

Освоению данного модуля должно предшествовать изучение следующих дисциплин: математика, статистика, экономическая теория, экономика организации, менеджмент (по отраслям), профессиональный модуль ПМ 01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):** среднее профессиональное или высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля.

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:** преподаватель I категории; работник предприятия, имеющий на 1-2 разряда по профессии рабочего выше, чем предусмотрено образовательным стандартом для выпускников, прошедший стажировку в профильных организациях не реже одного раза в три года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование бухгалтерской отчетности для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности;</li> <li>- анализ расчетов, их обоснование;</li> <li>- участие в инвентаризации на предприятии;</li> <li>- осуществление учета товаров</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тестирование.</li> <li>2. Экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзамене.</li> <li>3. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</li> </ol>
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению необходимых документов;</li> <li>- демонстрация умений пользования автоматизированных систем с применением их в профессиональной деятельности</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзамене.</li> <li>2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</li> </ol>
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний и умений применять экономические методы в расчетах;</li> <li>- расчет и анализ микроэкономических показателей;</li> <li>- анализ рынков ресурсов</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспертная оценка выполнения практических работ.</li> <li>2. экспертная оценка отчета по производственной практике.</li> </ol>
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> <li>- идентификация основных экономических показателей предприятия;</li> <li>- демонстрация навыков расчета и анализа цены товара, заработной платы работников</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспертная оценка выполнения практических работ.</li> <li>2. Экспертная оценка отчета по производственной практике</li> </ol>
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведение маркетинговых исследований по выявлению потребностей и определению видов спроса и типов маркетинга;</li> <li>- участие в рекламной кампании предприятия с целью формирования спроса и</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тестирование.</li> <li>2. Экспертная оценка выполнения практических работ.</li> <li>3. Экспертная оценка отчета по производственной</li> </ol>

	стимулирования сбыта	практике.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	- анализ маркетинговых коммуникаций и демонстрация навыков их использования	1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	- проведение маркетинговых исследований рынка; - анализ результатов и разработка маркетинговых решений	1. Экспертная оценка отчета по производственной практике.
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	- проведение маркетинговых исследований на предмет конкурентоспособности фирмы, товаров; - участие в сбытовой деятельности организации	1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	- демонстрация навыков применения методов и приемов АФХД; - демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению финансовых документов; - осуществление денежных расчетов с покупателями	1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии: - создание портфолио студента	Анализ портфолио студента
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задания руководителя	Экспертная оценка выполнения практических работ

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения ситуационных задач	Наблюдение и оценка способности к принятию решений в образовательном процессе
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск информации, необходимой для успешного прохождения производственной практики на предприятии; - использование различных источников по теме модуля, включая электронные и СМИ	Анализ отчета студента по производственной практике  Анализ портфолио студента
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- демонстрация способности использовать современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Наблюдение и оценка способности в образовательном процессе, анализ отчета студента по производственной практике
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения и прохождения производственной практики; - проявление взаимной поддержки, делового партнерства	Наблюдение и оценка способности работать в команде; отчет по производственной практике
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- формулирование целей и задач профессионального и личностного развития	Наблюдение и оценка способности к самообразованию в образовательном процессе
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- демонстрация способности логически верно и аргументировано изъясняться; - демонстрация умения ясно излагать устную и письменную речь	Экспертная оценка выполнения практических работ, промежуточная и итоговая государственная аттестация
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий	- демонстрация умения применять законодательные акты, нормативные и методические материалы, а также требования стандартов, технических условий	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в

		процессе производственной практики; экспертная оценка портфолио студента
--	--	---